

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel

Redaktion: Dr. Hans E. Mühlemann
Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel
Erscheint wöchentlich - Basel, den 20. Mai 1950 - 50. Jahrgang - Nr. 20

Die Tagung des Verwaltervereins in Winterthur

I.

Zweimal im Jahre finden sich die Verwalter der dem V. S. K. angeschlossenen Konsumgenossenschaften zu Tagungen zusammen, die seit dem vergangenen Jahre jeweils auch mit Besichtigungen verbunden werden. Dieses Mal war es der Konsumverein Winterthur, in dessen Wirtschaftsgebiet in den letzten Jahren in bezug auf Filialneugestaltungen besondere Fortschritte zu verzeichnen sind, der die Verwalter zu einer Arbeits- und Besichtigungstagung einlud.

Die Versammlung stand unter der speditiven Leitung von Verwalter *Sax*, Vevey, Präsident des Verwaltervereins. Die statutarischen Traktanden fanden eine rasche Erledigung und nach der Genehmigung von Jahresbericht und Jahresrechnung, der Vornahme der Wahlen, die eine Bestätigung sämtlicher bisheriger Vorstandsmitglieder ergab, während neu an Stelle von Verwalter Störi, Bellinzona, *O. Bader*, Grenchen, zum Mitglied der Kontrollstelle gewählt wurde, schritt die Versammlung zur Entgegennahme der vier vorgesehenen Referate.

Dem Präsidenten der Verbandsdirektion, Professor Dr. Max *Weber*, war es vorbehalten, die Mitglieder des Verwaltervereins zu orientieren über die am 3./4. Juni 1950 zur Abstimmung gelangende

Eidgenössische Finanzvorlage

Nachdem wir an dieser Stelle vor 14 und 8 Tagen ausführlich die Vorlage besprochen haben, möchten wir uns auf die Wiedergabe der wichtigsten Punkte des ausgezeichneten Referats beschränken.

Für unsere Genossenschaften und die ihnen angeschlossenen Mitglieder ist die Vorlage deshalb besonders gefährlich, weil sie in Form der *Umsatzsteuer,* ohne dass gleichzeitig auch eine direkte Bundessteuer vorgesehen worden wäre, die Konsumenten einseitig belastet, was wir als ungerecht bezeichnen müssen. Dazu kommt, dass durch die Steuer auf dem Ertrag der *juristischen Personen* auch die Rückvergütung als Gewinn besteuert werden könnte. Nachdem Einzelhandelsunternehmungen dieser Steuer nicht unterliegen und auch Rabatte nicht besteuert werden können, besteht sicher die Gefahr, dass im Ausführungsgesetz die gesamte Rückvergütung zur Besteuerung herangezogen werden könnte. Es ist möglich, dass der Bundesrat keine derartigen Absichten verfolgt, aber in den letzten Jahrzehnten ist es wiederholt vorgekommen, dass das Parlament, über die Anträge des Bundesrates hinausgehend, auch die Konsumgenossenschaften — und stets ungerechterweise — in gesetzgeberische Massnahmen einbezogen hat. Wir erinnern lediglich an das Filialverbot und an die Ausgleichsteuer.

Die Vorlage gefährdet insofern auch die AHV, als die Berechnung der kantonalen Kontingente abstellt auf die von den einzelnen Kantonen zu erbringenden AHV-Beiträge. So haben die einzelnen Kantone gar kein Interesse mehr, das Einkommen der Steuerpflichtigen hoch einzuschätzen, da dadurch auch die AHV-Beiträge und damit die kantonalen Kontingentsleistungen ansteigen. So laufen die Interessen der Kantone und diejenigen der Steuerpflichtigen parallel.

Was die Lage in bezug auf die Abstimmung angeht, so bemerkt der Referent vorweg, dass es sich nicht um eine Frage der Parteipolitik handle. Die Delegiertenversammlung des V. S. K. hat schon 1948 zur Finanzvorlage einen Beschluss gefasst, und wir müssen heute feststellen, dass den damaligen Forderungen nur wenig Rechnung getragen worden ist, indem zunächst einmal nur ein Teil der Nahrungsmittel von der Umsatzsteuer befreit worden ist, was wir noch hinnehmen könnten, dann aber vor allem die Ausgleichsteuer nicht aufgehoben wurde; schliesslich aber ist in der Vorlage keine direkte Bundessteuer enthalten, die zur Schaffung eines gerechten Gleichgewichts zwischen direkten und Konsumsteuern beitragen würde.

Parteipolitisch verlaufen die Fronten so, dass die Katholisch-Konservativen, die Freisinnigen, die Liberalen und schliesslich auch die Bauern-, Gewerbe- und Bürgerpartei, diese allerdings mit schwachem Mehr, der Vorlage zustimmen, währenddem die Sozialdemokraten, die Demokraten, die evangelische Volkspartei, der Landesring der Unabhängigen und die Partei der Arbeit die Vorlage ablehnen; die Christlichsozialen enthalten sich der Stellungnahme.

Die Fronten der wirtschaftlichen Organisationen verlaufen so, dass der Gewerbeverband und der Handels- und Industrieverein für die Vorlage eintreten, während die Angestelltenverbände, der Gewerkschaftsbund und die Nationale Aktionsgemeinschaft sich dagegen ausge-

sprochen haben und der Bauernverband die Stimme freigab.

Die *Stellungnahme des V. S. K.* wird durch den Verwaltungsrat erfolgen, worüber in der nächsten Nummer berichtet wird.

Wir werden in unserer Presse selbstverständlich unsern Standpunkt in sachlicher Weise vertreten. Zweckmässig wäre es, wenn auch die Genossenschaften ihre Mitglieder orientieren würden, ist es doch von besonderer Bedeutung, nach einer allfälligen Ablehnung der Vorlage auf die genossenschaftliche Mitwirkung hinweisen zu können.

In der nachfolgenden Diskussion weist zunächst *E. Horlacher*, Geschäftsleiter des Lebensmittelvereins Zürich, auf die staatspolitische Bedeutung der Vorlage hin. Es handelt sich nicht um eine parteipolitische Angelegenheit. Die Konsumgenossenschaften müssen sich dann zum Wort melden, wenn die Interessen der Konsumenten oder der genossenschaftlichen Unternehmungen auf dem Spiele stehen. Das ist hier der Fall, werden doch die Familien mit niedrigem Einkommen durch die Vorlage relativ stärker belastet als die übrigen Kreise unseres Volkes. Es besteht auch die Gefahr der Heranziehung der Rückvergütung bei der Steuer der juristischen Personen. Diese Besteuerung müsste katastrophale Folgen haben. Wir sollten dem Verwaltungsrat empfehlen, er möge die Verbandsdirektion beauftragen, den Kampf gegen die Finanzvorlage entschlossen zu führen.

An der Diskussion beteiligten sich ferner Verwalter *Näf*, Luzern, der der Meinung ist, es sei nicht nötig, dass sich nun auch der Verwalterverein mit einer Entschliessung bemerkbar mache, während sich auf der andern Seite Verwalter *Gamper*, Schaffhausen, dafür einsetzt, dass der Verwalterverein den Verwaltungsrat ersuche, entschieden gegen die Vorlage Stellung zu nehmen. Die Genossenschaften sind soziale Einrichtungen und sie müssen zu einer solchen eminent sozialen Angelegenheit Stellung nehmen. P. *Seiler*, Chefbuchhalter des V. S. K., erklärt, dass auch die bürgerlichen Mitglieder der Genossenschaften durchaus gegen die Vorlage seien. Unsere Ablehnung begründen wir mit der Bedrohung der Konsumenten und der Konsumgenossenschaften. Um eine politische Stellungnahme handelt es sich keineswegs.

Einstimmig wird hierauf beschlossen, in einem Schreiben an den Verwaltungsrat des V. S. K. den Standpunkt des Verwaltervereins darzutun.

*

Im zweiten Referat beschäftigte sich *H. Rudin*, Mitglied der Direktion des V. S. K., mit

aktuellen wirtschaftlichen Fragen.

Die Stimmung in der Wirtschaft hat sich wesentlich verschlechtert. Der Pessimismus ist aber grösser als es der wirklichen Lage entsprechen würde. Die Umsätze an Konsumartikeln überschreiten das Vorkriegsniveau immerhin um 15—20 Prozent. Im Baugewerbe ist die Beschäftigung gut. Einen Lichtblick bedeutet für unsere Wirtschaft auch der Handelsvertrag mit Grossbritannien. *Von einer drohenden Krise kann keine Rede sein!*

Die Zahl der Fabrikarbeiter ist lediglich um etwa 30 000 zurückgegangen. Es gibt heute weniger Fremdarbeiter in der Schweiz und auch aus der Landwirtschaft stammende Kräfte sind wieder «zurückgeflossen». Das alles stellt eine normale Rückbildung dar.

Der Export erreichte 1949 3,4 Milliarden Franken, der Import erhöhte sich sogar auf 5 Milliarden Franken (gegenüber 3,8 Milliarden Franken im Vorjahr). Die Maschinenindustrie hatte eine Rekordausfuhr zu verzeichnen, die 1,023 Milliarden Franken erreichte und das Vorjahresergebnis um 58 Millionen Franken überstieg, obwohl die Zahl der Arbeiter gleichzeitig von 132 000 auf 117 000 zurückging. Die Winterarbeitslosigkeit war nicht alarmierend. Im Januar 1938 gab es immerhin vergleichsweise 80 000 Arbeitslose. Heute sind noch ungefähr 8000 Arbeitslose zu verzeichnen, was 1% der Gesamtbeschäftigtenzahl entspricht.

Der Export im ersten Quartal 1950 hat 800 Millionen Franken erreicht. Immerhin fehlt es heute vielfach an Aufträgen. Teilweise wird verkürzt gearbeitet, was natürlich auch Wirkungen auf den Kleinhandelsumsatz hat. Ein Rückgang wird unvermeidlich sein. Die Produktion hat die Vorkriegswerte teilweise überschritten. Infolge des Marshallplans, der bis zum Jahre 1952 17 Milliarden Dollars in notleidende Länder hineinpumpen wird, aber auch infolge der Preisstützung in den Vereinigten Staaten hat sich die Preisrückbildung etwas verlangsamt.

Auf den Weltmärkten hat *Zucker* trotz der angekündigten grösseren Ernte sich im Preise zu halten vermocht. Die Verhältnisse für *Kaffee* sind bekannt; die Preise sind in den letzten zwei Jahren von 28—35 Dollars auf 40—64 Dollars je 50 Kilogramm gestiegen. Der V. S. K. hat hier entsprechend vorgesorgt, und es kam sogar soweit, dass Einzelhändler indirekt von unsern Vorräten zu profitieren versuchten.

Was Schokolade und Teigwaren betrifft, so mussten wir dazu übergehen, die Bezüge an Aktionswaren im Verhältnis zu den Gesamtbezügen zu normieren. Man kann uns nicht zumuten, dass wir nur die billigen Co-op Artikel liefern.

Fette und *Oele* weisen auf dem Weltmarkt immer noch steigende Tendenz auf. Der Bedarf ist grösser als das Angebot. Immerhin war es uns möglich, mit den notwendigen Aufschlägen jeweils längere Zeit zuzuwarten. Den Aufschlag vom Januar 1950 haben wir erst auf April an die Vereine weitergegeben. Den neuen Aufschlag hoffen wir bis Ende Juni aufschieben zu können.

Es wird gegenwärtig von den Vereinen verlangt, der V. S. K. müsse mehr *abgepackte Waren* liefern. Das ist momentan in Anbetracht unserer Lagerhausverhältnisse schwierieg. Die Lage wird sich aber bessern, wenn Lagerhauserweiterungen und Neubauten durchgeführt sein werden. Ferner aber ist darauf hinzuweisen, dass die grössern Vereine bereits begonnen haben, im Magazin und im Lager vorzupacken, während mittlere Vereine das weniger können.

Der V. S. K. liefert übrigens viele Artikel abgepackt. Es sei nur erinnert an Röstkaffee, Tee, Gewürze, Dörrbohnen, Haferflocken, Backpulver sowie seit kurzem auch Oele in Wülflingen. Weiterhin offen geliefert werden muss aber der Zucker, da es sich bei uns um über 30 Millionen Kilogramm handelt.

Was die *Sortimentsfrage* betrifft, so ist hier eine Kommission an der Arbeit. Es sind grosse praktische Schwierigkeiten zu überwinden.

Besonders eingehend beschäftigt sich der Referent mit der Frage der

Vorratshaltung.

Es ist geplant, vom Bund aus Haushaltvorräte für Zucker, Reis und Speiseöl vorzuschreiben. Immerhin

muss die Vorratspolitik allgemein innerhalb vernünftiger Grenzen gehalten werden. Die Motion Duttweiler, welche 1948 eine Vorratshaltung im Ausmass von 1,5 Milliarden Franken erfordert hätte, würde ein zu grosses Risiko in sich schliessen. Wäre man 1948 schon den Vorschlägen Duttweilers gefolgt, so hätte das bis heute Verluste im Umfang von nicht weniger als 627 Millionen Franken mit sich gebracht.

Die Migros weist heute schon wieder darauf hin, dass die Vorräte, deren Kauf den einzelnen Haushaltungen vorgeschrieben werden soll, ungenügend seien. Auf der andern Seite müssen wir aber bedauerlicherweise feststellen, dass an vielen Orten bereits die Hamsterei eingesetzt hat. Wir können bei dieser perfiden «Gschäftlimacherei», die von gewisser Seite betrieben wird, nicht mitmachen. Grundsätzlich sind wir mit der Anlegung von Haushaltvorräten, wenn sie vom Bund vorgeschrieben werden, einverstanden, setzen uns aber gegen jede Hamsterei, die unsozial ist, zur Wehr, wobei wir vor allem auch den Eindruck, den ein solches Verhalten im Ausland macht, in Rechnung stellen.

Die Schweiz ist ein Binnenland. Das rechtfertigt gewiss vorsorgliche Massnahmen. Im Interesse der Schweiz würde es aber liegen, wenn endlich einmal mit den steten durchsichtigen Forderungen auf das Anlegen noch grösserer Vorräte seitens der Migros aufgehört würde.

In der anschliessenden Diskussion weist zunächst *E. Stoll*, Mitglied der Direktion des ACV beider Basel, darauf hin, dass in der Sache der Vorratshaltung die Konsumvereine die Ruhe bewahren müssen. Die «Tat» und der «Brückenbauer» machen in Panik. Das macht die Konsumenten nervös. Wir müssen unser Personal entsprechend aufklären, damit es beruhigend auf die Mitglieder einzuwirken vermag.

Im Anschluss daran entspinnt sich eine längere Diskussion über die Frage der Abpackung und der Sortimente, wobei unter anderem darauf hingewiesen wird, es wäre ein Fehler, wenn die Konsumgenossenschaften glaubten, jeden Artikel führen zu müssen der von einem Mitglied verlangt wird. Was das Abpacken betrifft, so kann man das auch in der freien Zeit im Laden selbst besorgen. Demgegenüber wird auf der andern Seite erklärt, dass beispielsweise der ACV beider Basel alles, was nur möglich sei, abpacke. Dabei sei es aber auch wertvoll und wichtig, dass der einzelne Geschäftsvorsteher sich persönlich mit den Reklamationen der Mitglieder beschäftige. (Schluss folgt)

Selbstbedienung ja oder nein?

Ueber die Technik der Selbstbedienungsläden in den USA

Je klarer und genauer das Wissen um die Markttatsachen in einem Geschäft ist, desto zielsicherer und erfolgreicher können Entscheide durch die Leitung getroffen werden.

Die neue Verkaufstechnik der Selbstbedienungsläden hat dem Verbraucherbefrager und Marktanalytiker in Amerika schon viele Probleme zur Lösung aufgegeben.

Der Anteil am Umsatz im Lebensmittelhandel

Beim Selbstbedienungsgeschäft wird der ganze Laden zum Schaufenster, oder, wie eine Schweizer Hausfrau uns in Zürich sagte, zum Küchenkasten. Man geht einfach hin und nimmt, was man braucht. Eine Untersuchung durch Befragen von Mitgliedern des Spezerei-Detailhandels in Amerika ergab, dass heute die Selbstbedienung 53% ihres Gesamtumsatzes ausmacht, die Halbselbstbedienung, also eine Kombination von Ladenservice und Selbstbedienung, 34% und das frühere Bedienen über den Ladentisch nur noch 13% am Umsatz beträgt.

Im Kettenladen

In den sogenannten Kettenläden der grossen Gesellschaften ist der Anteil der Selbstbedienung am Umsatz sogar auf 86% gestiegen. Das Aussuchenkönnen in einem grossen Lager, wo alles übersichtlich und lockend angeboten wird, hat mitgeholfen die Einkaufsgewohnheiten in den letzten Jahren wesentlich zu ändern.

Was notiert sich die Hausfrau und was kauft sie impulsiv?

Eine Befragung von Hausfrauen und Lebensmitteleinkäuferinnen ergab, dass sie 76% der Waren, die sie einkaufen wollen, nicht vornotieren. Die Hausfrau kauft im Selbstbedienungsladen 75% Artikel und Waren, an die sie vor dem Eintritt in den Laden nicht gedacht hat.

Fortschritt der Impulsivkäufe

Es wurde bei dieser Analyse festgestellt, dass 54% aller Lebensmitteleinkäufe eigentlich Impulsivkäufe sind.

Durch frühere Befragungen, die ins Jahr 1935 zurückgehen, kennt man die Proportionen der Impulsivkäufe von damals. Das jetzige Ergebnis dieser Art Einkäufe ist mehr als 50% höher als 1935.

Was erwartet die Hausfrau vom Selbstbedienungsladen?

Die Hausfrau geht heute in das Selbstbedienungs-Lebensmittelgeschäft und erwartet dort, ein Angebot günstiger Ware, leichtfasslich dargeboten, zu erhalten. Sie sucht dort Anregungen für die täglichen Mahlzeiten, die sie zuzubereiten hat. Die raschen Preisvergleiche ermöglichen ihr, so meint sie, etwas von ihrem Haushaltbudget zu sparen. Sie schätzt, «unbeeinflusst», als eigene Herrin und Meisterin, frei das wählen zu können, was sie will.

Der Laden ein lebendiges Inserat

Die Selbstbedienungsläden erscheinen der Käuferin wie grosse Wandtafeln, auf denen Tausende von Artikeln und ihre Preise deutlich sichtbar sind. Dadurch wird der Selbstbedienungsladen selbst zu einer neuen Angebotsart, zu einer neuen Form von lebendigen Inseraten.

Markenartikelpropaganda und örtliches Angebot

Verbraucherbefrager haben festgestellt, dass die Hausfrauen die über das ganze Land gestreute Markenartikelpropaganda wohl lesen und beachten, sich jedoch sichtbar durch das Angebot, das sie in ihrer Nachbarschaft finden, zum Kauf «verleiten» lassen.

Die Chance, ausgestellt zu sein

Eine Plakatfirma untersuchte, in welchem Verhältnis die grossen Markenartikel im Selbstbedienungsladen in der Nachbarschaft der Hausfrau ausgestellt sind. Das Ergebnis war, dass die einzelne Firma eine Chance von 20 : 1 hatte, im entsprechenden Laden auch ausgestellt zu werden. Das Ausgestelltsein ist wesentlich für den Verkauf. Die Plakatfirma empfahl deshalb Plakataushang so nahe als möglich beim Selbstbedienungsladen, wo Kaufentscheide ohne Verkaufsgespräche getroffen werden.

Die Preisanschrift erfolgreich

Fehlende Preisanschriften im Selbstbedienungsladen ergaben, wie genaue Forschungen zeigten, Verkaufsverluste auf den betreffenden Artikeln von 42 bis zu 93% des möglichen Umsatzes mit Anschriften. Ein Angebot wird erst als ein solches empfunden, wenn der genaue Preis dabei steht. Vergleiche mehrerer Preislagen und Verpackungsarten müssen möglich sein, denn sie regen die Hausfrau an, zu der Packung zu greifen, die sie als besonders günstig betrachtet. Vergleiche verursachen Kaufentscheide.

Das Mehrfach-Angebot überbietet das einfache

Es sind Versuche gemacht worden, während einer Woche nur eine Marke Seife anzubieten und die zweite Woche am gleichen Ort vier Marken, wobei jede Marke nur einen Viertel des Platzes einnehmen konnte. Das Vier-Marken-Angebot vergrösserte den Umsatz des Seifenständers um 385%. Eine Wiederholung des Experimentes mit Tomatenkonserven ergab in der ersten Woche einen Umsatz von 29 Dollars, in der zweiten Woche einen solchen von 37 Dollars. In diesem Falle also nur 29% mehr Umsatz, aber doch mehr Umsatz.

Verpackung, eine neue Verkaufswaffe

Will der Markenartikelfabrikant die Hausfrau bis zu ihrem Kaufentscheid beeinflussen, so muss er beim Selbstbedienungsladen der Verpackung und ihrem Aussehen die grösste Beachtung schenken. Durch Verbraucherbefragung, durch Erkennungs- und Wiedererkennungstexte von Markenbild und Packung, durch Teste der Leserlichkeit und Prüfen der Gedankenverbindungen, die eine gezeigte Verpackung auslöst usw., sind durch Befrager ausserordentlich interessante und nützliche Resultate gefunden worden, die für viele Artikel zur radikalen Aenderung der Darbietung führten. Die Verpackung wird im Selbstbedienungsladen zum letzten Wort der Beeinflussung, das der Markenartikelfabrikant noch vor dem Kaufentscheid anbringen kann.

Das Einspannen des Bildsehens, der «digest»-Stimmung für erfolgreiche Aufschriften

Die mündliche Empfehlung fällt im Selbstbedienungsladen weg. Wie bei den heutigen Zeitschriften das Bild eine raschere Aufnahme ermöglicht, wie sich die Leser mit «Digest», also leicht fasslichen «vorverdauten» Artikeln zufrieden geben, so lieben die Käufer im Selbstbedienungsladen Anregungen, u. a. durch dramatische Gegenüberstellungen, denen sie mühelos folgen und die nicht viel Denkaufwand verlangen, aber ihnen doch die Befriedigung des «sachverständigen» Wählenkönnens lassen. Aufschriften, wie «Früchtekuchen lassen sich bequem backen mit . . .» (es folgen die Namen von drei Konservenmarken, die alle drei sehr gut greifbar bei dieser Aufschrift gestapelt waren), haben Verkäufe dieser Konserven um zwei- bis zehnmal gesteigert.

Das Kaufen mit dem Schlüssel

Die Idee des Selbstbedienungsladens in seiner letzten Konsequenz hat ein M. Saunders in Memphis zu verwirklichen gesucht durch das Keedoozle-Geschäft, das für automatische Selbstbedienung eingerichtet war.

Die Käuferin des Keedoozle erhielt beim Eintreten einen Schlüssel. Sie hatte diesen lediglich in die verschiedenen Schlüssellöcher zu stecken, die sich bei den ausgestellten Waren befanden, gleichzeitig mit einer Art Lochkarte. Durch eine Drehung des Schlüssels löste sich der gewünschte Artikel automatisch auf einem Regal und fiel auf ein System von Laufbändern, die den gesamten Einkauf der betreffenden Käuferin zur Kasse trugen. Durch die Drehung des Schlüssels wurden die Lochkarten gelocht. Eine Lochkarten-Abtaste- und Additionsmaschine gestattete eine automatische Addition an der Kasse.

Keedoozle-Idee — Gelegenheit, Impulsiv-Käufe zu steigern!

M. Saunders hatte festgestellt, dass eine Hausfrau, die bereits im ersten Viertel des Raumes eines Selbstbedienungsgeschäftes schon Quantitäten ausgelesen hat, dem Ausgang rasch zustrebt und den Weg abkürzt. Mit seinem System, wo die Hausfrau nur einen Schlüssel und eine Karte trägt, wollte er sie an mehr Ware und damit zu bedeutend mehr Auslösungsmöglichkeiten von Impulsivkäufen führen. Er stützte seine Auffassung auf die Resultate, die wir bereits besprachen, nämlich, dass die Impulsivkäufe in den letzten Jahren wesentlich zunahmen. Konkrete Angebote, Anregungen, die Entscheide provozieren, steigern die Impulsivkäufe.

Woran der Versuch scheiterte

Im September letzten Jahres hat Keedoozle seine Tore geschlossen, weil die Aufgabe der automatischen Bedienung technisch noch nicht gelöst werden konnte. M. Saunders sagte, die Laufbänder hätten sehr rasch Flaschenhälse gebildet. Er habe dann mehr Angestellte und Personal zur Erledigung der Aufträge einstellen müssen, als dies in einem gewöhnlichen Spezereiladen notwendig ist. Die Additionsmaschinen, die die gelochten Zahlen in Ziffernaddition zu verwandeln hatten, machten Fehler, die zu grossen Verlusten an der Kasse führten.

Zu kleine Auswahl

Im weitern zeigte es sich, dass der Keedoozle, durch die teure und grosse maschinelle Einrichtung bedingt, unfähig war, eine genügend grosse Auswahl von Waren anzubieten, ja, dass er sogar für die angebotene Ware zu wenig Lagermöglichkeiten hatte. Das Geschäft, das Gewinne durch Ersetzen des Verkaufspersonals mit einer einmalig grossen Investition in Einrichtungen machen wollte, sah sich genötigt, noch mehr Personal anzustellen, als ein Geschäft mit Ladentischverkauf.

Man will es noch nicht aufgeben

Das Experiment soll, wie der Besitzer erklärt, wieder aufgenommen werden mit einem Betrieb, wo keine Laufbänder und keine automatischen Additionen mehr vorkommen werden. Die Käufer bedrucken bei jedem Artikel eine Kontrollkarte, wenn sie den betreffenden Artikel wünschen. Das Bedrucken wird in der Art geschehen, wie dies zum Beispiel bei uns Arbeitszeit-Kontrolluhren tun. «Wirtschafts-Dienst»

Der neue Index

Es gibt natürlich mancherlei Index, aber «*der* Index», das ist nun einmal der *Index der Kosten der Lebenshaltung*, oder wie man richtiger sagen sollte, der Index der Verbraucherpreise. Wenn es kalt wird, schaut man auf das Thermometer, um zu sehen, um wieviel Grad das Quecksilber gesunken ist. Wenn Teuerung herrscht, befragt man den *Index der Verbraucherpreise*, der eben anzeigt, um wieviele Prozente der Preisstand sich verändert hat.

Steigen die Preise, besonders wenn sie sich stark und schnell erhöhen, so wird bald die Kritik laut: der Index zeige die Teuerung nicht genügend an. Das ist eine Erfahrung, die man in allen Ländern gemacht hat, nicht nur in der Schweiz. Kehrt aber die Preisbewegung um, werden die Waren und Dienstleistungen billiger, so hört man die umgekehrte Kritik, die Preise seien mehr gesunken als der Index anzeige, allerdings nicht. Auch das ist eine Feststellung, die für alle Länder gilt. Nun ist es natürlich ausgeschlossen, dass der Index als Messinstrument immer versage, wenn die Preiskurve nach oben weist, dagegen ordentlich funktioniere, wenn sie abwärts verläuft. In Wirklichkeit ist es schon so, dass man den Sack schlägt und den Esel meint. Man meint die Teuerung, besonders wenn die Einkommen nachhinken, die Kaufkraft also abnimmt, und hält sich an den Index und diejenigen, die ihn berechnen.

Hier ist das Stichwort «Indexkritik» zu erwähnen. Von sachverständiger und manchmal weniger sachverständiger Seite werden und wurden allerlei Umstände aufgezählt, die dazu führen müssten, dass der Index seiner Aufgabe nicht gerecht werde. Das Interessante ist nun, dass die meisten dieser Argumente für sich sehr oft Hand und Fuss haben. Zum Beispiel: die Verbrauchsgrundlage, auf der der Index aufgebaut sei, sei überholt und veraltet; es seien zuviele oder zuwenige Lebensmittel einbezogen; Heizung, Beleuchtung, Bekleidung müssten anders und auch neu eingesetzt werden; mit der Miete stimme es ohnehin überhaupt nicht. Und im übrigen seien eine Menge Waren und Dienstleistungen, die allgemein unter dem Posten «Verschiedenes» gruppiert werden, bisher gar nicht im Index enthalten; würden sie eingeschlossen, dann würde sich das Bild natürlich ganz anders darbieten. Es gibt noch eine Reihe weiterer Gründe, die, wie gesagt, jeder für sich durchaus vernünftig und überzeugend sind und die bei der Berechnung des Index berücksichtigt werden sollten. Und dennoch . . . (Der Verfasser hat selbst auch einige Gesichtspunkte zusätzlich ins Feld geführt und umfangreiche Berechnungen darüber angestellt, die seinerzeit im «Schweiz. Konsum-Verein» vom 1. April 1944 [«Das Verhältnis der Kosten der Lebensmittelrationen 1939 bis 1943. Vergleich mit dem Landesindex der Nahrungskosten»] veröffentlicht worden sind. Doch, ach, das Endergebnis sah anders aus . . . Ich darf also als von einem Saulus zu einem Paulus Gewordener mitreden.)

Um es kurz zu fassen: der bisherige Index der Lebenshaltungskosten ist von seinen Betreuern auf Herz und Nieren geprüft worden. Die vorgebrachte Kritik und die Wünsche zur Abänderung, Ausweitung und Verbesserung des Indexes sind von den zuständigen Fachleuten eingehend gewürdigt, in Rechnung gestellt und überwiegend, so weit es nur technisch ging, berücksichtigt worden. Das Ergebnis ist, das kann man schon sagen, ein vollständig renovierter und umgebauter Index, ja, ein neuer Index. Für ihn zeichnen: die Sozialstatistische Kommission, deren Präsident Dr. Ernst Ackermann von der Schweizerischen Nationalbank ist; die Sektion für Sozialstatistik des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit (Dr. H. Gordon), und nicht zuletzt die drei beauftragten Experten, die Dres. Freudiger, Bern, Kull, Basel, und Wartenweiler, Zürich.

Es würde zu weit führen, heute hier auf die methodologischen und technischen Einzelheiten einzugehen. Beschränken wir uns auf die Ergebnisse sowie die wichtigsten Umgestaltungen des Indexes, die zu ihnen geführt haben.

Bisher umfasste der Index vier Hauptgruppen, die ihrerseits wieder zahlreiche Posten enthielten, nämlich:

I. Nahrungsmittel
II. Heizung und Beleuchtung einschliesslich Seife
III. Bekleidung und
IV. Miete

die zusammen den Gesamtindex bildeten.

Diese vier Hauptgruppen also solche bleiben, werden aber in ihrer Zusammensetzung und Berechnung nach den bereits angeschnittenen Gesichtspunkten umgestaltet. Ausserdem wird die Seife von Heizung/Beleuchtung herausgenommen und einer neugeschaffenen V. Gruppe zugeteilt. Die Gruppe «Reinigung» umfasst ausserdem noch Putz- und Waschlöhne, sodann die anderen Reinigungsmittel mit acht Posten, und schliesslich auch Reinigungsgeräte mit neun verschiedenen Waren.

Eine besonders wichtige Neuerung ist nunmehr die VI. Hauptgruppe «Verschiedenes». Sie setzt sich zusammen aus einem Dutzend Untergruppen, die ihrerseits wieder aus diversen Posten bestehen (ihre Zahl ist nachstehend in Klammern angegeben), und zwar:

1. Haushaltungsgegenstände (12 Waren)
2. Schreibmaterialien (5)
3. Zeitungen und Zeitschriften (2)
4. Strassenbahn (2)
5. Eisenbahn (1, nämlich die Indexziffer der SBB)
6. Post und Telephon (5)
7. Fahrrad (3)
8. Sanitarische Artikel (13)
9. Coiffeur (4, einschliesslich Wasserwellen)
10. Kino, Radio usw. (4, einschliesslich einem Stehplatz an einer Sportveranstaltung)
11. Tabakfabrikate (3)
12. Getränke (3).

Diese Hauptgruppe allein besteht somit aus zwölf Untergruppen mit nicht weniger als 57 Positionen, die bisher vermisst wurden. Hier sind sie also. Und alle sechs Hauptgruppen ergeben das Total, den Gesamtindex.

Was hat nun die Neuberechnung und Neukonstruktion ergeben? Der neue Index wird erstmals für den April 1950 mitgeteilt, und zwar mit dem Stand August 1939 = 100. Gleichzeitig wird zu Vergleichszwecken auch nachträglich die Zahl für den März 1950 veröffentlicht. (Nebenbei gesagt, als letztes Jahr in Grossbritannien der Index neu berechnet wurde, wurde dieses lobenswerte Vorgehen unterlassen, gerade um Vergleiche auszuschliessen).

Wir stellen nun hier die bisherigen und die neuen Hauptgruppen einander gegenüber, damit der Leser selber vergleichen kann. Dies geschieht, obwohl diese

Gruppierung nicht ganz vergleichbar ist, wie ja aus dem bisher Gesagten hervorgeht. Dennoch ist auch mit diesem Vorbehalt die Gegenüberstellung lehrreich.

Der schweizerische Index der Lebenshaltungskosten nach Hauptgruppen, August 1939 = 100

Hauptgruppen	März 1950 alte Berechnung	März 1950 neue Berechnung	April 1950 neue Berechnung
I. Nahrungsmittel	169.6	171.9	171.9
II. Heizung, Beleuchtung	146.4	137.1	137.0
III. Bekleidung	218.0	205.9	202.3
IV. Miete	106.9	106.9	106.9
V. Reinigung	—	195.0	194.4
VI. Verschiedenes	—	144.0	144.0
Gesamtindex	158.0	158.1	157.5

Dass der Index insgesamt von März auf April eine Abnahme um 0.6 Punkte oder 0,4 % anzeigt, ist schön und sympathisch. Hier aber interessiert uns vor allem die zahlenmässige Auswirkung der neuen gegenüber der alten Berechnung. Der Unterschied ist sage und schreibe 0,1 = ein Zehntelpunkt, das sind in diesem Fall 0,06 oder 6 Hundertstel eines Prozents. Praktisch also Null.

Soll man daraufhin also sagen: Es kreissen die Berge, und geboren wird ein lächerliches Mäuslein? Tant de bruit pour une omelette? Nein, durchaus nicht. Zahlenmässig ist die Auswirkung des Umbaus und Neubaus des Indexes, welche allen Wünschen Rechnung getragen hat, allerdings belanglos. Dadurch wird eben nur bestätigt, dass der «alte» Index, obwohl unvollständig usw., doch gar nicht so schlecht war. Aber der Index ist eben kein Thermometer, dessen naturwissenschaftliche Exaktheit allein schon jeden Zweifel ausschaltet. Beim Index spielt vielmehr die Psychologie mit: er braucht Vertrauen: *Dieses neue Vertrauen verdient der neue Index durchaus.* Auch der alte Index wäre es, wie Historia zeigt, wert gewesen. Wir dürfen daher sagen: Le roi est mort, vive le roi.

Economist

RESOLUTION

Die an der ordentlichen Frühjahrskonferenz vom 14. Mai 1950 in Burgdorf versammelten Delegierten der bernischen Konsumvereine nehmen Kenntnis von der Resolution der Bauern-, Gewerbe- und Bürgerpartei des Kantons Bern vom 14. Januar 1950 sowie der Resolution der Freisinnig-demokratischen Partei des Kantons Bern vom 23. März 1950 betreffend die Genossenschaftsfrage.
Die Delegierten bedauern die gegen die Konsumvereine angebrachten Vorbehalte und erklären erneut:

1. *Die Konsumgenossenschaften sind steuerlich nicht privilegiert und verlangen auch keine Privilegien.*
2. *Die Konsumgenossenschaften sind politisch und konfessionell neutral und nehmen Bürger aller politischen Richtungen und Konfessionen als gleichberechtigte Mitglieder auf.*
3. *Die Behörden des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) sind aus Anhängern verschiedener politischer Richtungen zusammengesetzt, und keine Richtung verfügt über eine Mehrheit.*
4. *Die Genossenschaften bringen die Grundsätze der Gleichberechtigung und der Freiheit in der Wirtschaft zur Anwendung; sie sind daher vortreffliche Stützpunkte für die Erhaltung der Demokratie und der Freiheit im Staate.*

Schweizerischer Verband für Wohnungswesen

Jahrestagung in Basel

Ueber das vergangene Wochenende trafen sich in Basel über 600 Vertreter von rund 300 schweizerischen Bau- und Wohngenossenschaften zur *Jahrestagung* ihres Verbandes. In Anwesenheit der Regierungsräte Dr. G. *Wenk* und Dr. F. *Ebi*, des Direktors der Genossenschaftlichen Zentralbank Dr. H. *Küng*, des Präsidenten des baselstädtischen Mietamtes Dr. *Bohny*, der Direktion des ACV beider Basel, von Vertretern der Eidg. Finanzverwaltung, des Eidg. Gesundheitsamtes, des schweizerischen Gewerkschaftsbundes, des V. S. K. und anderer Organisationen, begrüsste der Präsident des Verbandes Stadtrat *Peter*, Zürich, Gäste und Delegierte. Der Präsident der Basler Sektion F. *Kugler* hiess die Vertreter der Baugenossenschaften in der Rheinstadt willkommen, während namens der Basler Regierung Dr. *Ebi* auf die Bedeutung des genossenschaftlichen Wohnungsbaus im Kanton Basel-Stadt hinwies und seinerseits die Vertreter der Wohngenossenschaften in Basel bewillkommte.

Dem *Jahresbericht* des Verbandes ist zu entnehmen, dass der Wohnungsmarkt auch heute noch sehr angespannt ist und in den grössern Gemeinwesen unseres Landes noch immer von empfindlicher Wohnungsknappheit, wenn nicht einer eigentlichen Wohnungsnot gesprochen werden kann. Dabei liegt die Schwierigkeit vor allem darin, dass infolge der immer mehr gesunkenen Subventionen bei gleichbleibenden oder nur leicht sinkenden Baukosten die Mietzinse der Neuwohnungen für Leute mit bescheidenem Einkommen immer unerschwinglicher werden.

Eine grosse Rolle hat naturgemäss im abgelaufenen Jahr innerhalb des Verbandes die Vorbereitung der Volksabstimmung von Ende Januar 1950 gespielt. Der Ausgang dieser Volksabstimmung stellt die Wohngenossenschaften, nachdem die Subventionierung seitens des Bundes eingestellt worden ist, vor neue Aufgaben.

Der *Jahresrechnung*, die infolge der Belastung mit einem Beitrag an das Aktionskomitee für die Wohnbauvorlage mit einem Defizit schliesst, ist zu entnehmen, dass auch heute noch dieser wichtige Verband mit bescheidensten Mitteln auszukommen trachten muss.

Haupttraktandum der Generalversammlung bildete die

Statutenrevision,

die vor allem deshalb notwendig geworden war, weil das «Kleid» für den Verband «zu eng» geworden war. In den letzten Jahren waren wir Zeugen einer gewaltigen Entwicklung der Wohngenossenschaftsbewegung in der Schweiz. Das hat unter anderm auch dazu geführt, dass dem Verband neue Aufgaben erwachsen sind und dass zu einem Teil diese Aufgaben in die Sektionen verlagert werden mussten, die bis dahin noch nicht statutarische Organe des Verbandes waren. Dazu kam, dass die Stimmberechtigung derjenigen Mitglieder, die nicht Genossenschaften sind, in den bisherigen Statuten äusserst unklar geregelt war. Die Hauptdiskussion drehte sich um die Vertretung der einzelnen Sektionen an den Jahresversammlungen, wobei es darum ging, zu verhindern, dass eine einzelne Sektion die Mehrheit der Stimmen auf sich zu vereinigen vermöchte. Nach einer kürzern, teilweise recht hitzigen Diskussion stimmte die Jahresversammlung schliesslich mit 381 gegen 117 Stimmen den neuen Statuten zu.

Die

allgemeine Aussprache

wurde durch den Präsidenten des Verbandes Stadtrat *Peter* eingeleitet, der zuerst auf den Wegfall der Bundessubventionen hinwies. Es muss heute an die Genossenschaften appelliert werden, auch weiterhin zu bauen, wenn immer es möglich ist. Aeltere Baugenossenschaften haben gebaut als es noch lange keine Subventionen gab.

Dabei muss aber heute die Prüfung der Projekte noch viel sorgfältiger erfolgen als das in der Vergangenheit der Fall war, wo zu oft einfach der Vorschlag eines Architekten angenommen und ausgeführt wurde. Wichtig wird weiter die Frage der Kosten bei der Arbeitsvergebung sein, die in vielen Fällen in Zusammenarbeit mit den Bauämtern der Gemeinden durchgeführt werden kann.

Vom Ausgang der Volksabstimmung haben wir einfach Kenntnis zu nehmen und uns mit der Tatsache abzufinden, dass keine Bundessubventionen mehr erhältlich sein werden. Dagegen wird es Aufgabe von Kantonen und Gemeinden bleiben, den Wohnungsbau weiterhin zu subventionieren.

Andere Verbilligungsmöglichkeiten bestehen im gegenwärtig sehr niedrigen Hypothekarzins. Besondere Schwierigkeiten bringt jedoch gewöhnlich die nachgehende Finanzierung mit sich. Hier sollten Lösungen gefunden werden, indem Gemeinden und Kantone Bürgschaften übernehmen.

Von besonderer Bedeutung ist es auch, dass es uns gelingt, mit möglichst niedrigen Mieten auskommen zu können. In diesem Zusammenhang kann darauf hingewiesen werden, dass heute der subventionslose Privatbau in Zürich sozusagen restlos auf 5½ % Rendite zurückgegangen ist, während wir bei den Baugenossenschaften in der Regel mit 6 % gerechnet hatten. Allerdings werden durch das Zurückgehen auf einen Satz von 5½ % die Abschreibungen der älteren Bauten etwas verlangsamt.

Im übrigen sind aber Subventionen immer noch das beste Mittel zur Bekämpfung der Wohnungsnot. Wenn sie nicht erhältlich sind, sollten Kantone und Gemeinden mindestens mit niedrig verzinslichen oder auch unverzinslichen Darlehen einspringen. Ferner ist auch das System der Mietzinszuschüsse, wie es zum Beispiel Basel-Stadt praktiziert, eine Möglichkeit, den minderbemittelten Familien anständige Wohnungen zur Verfügung zu stellen.

Der Zentralvorstand legt der Generalversammlung eine Entschliessung vor, die unsere wesentlichen Begehren umfasst.

Nach kurzer Diskussion nimmt die Generalversammlung *einstimmig* die folgende *Entschliessung* an:

Die am 13. Mai 1950 in Basel von Vertretern von rund 300 Baugenossenschaften unseres Landes besuchte Generalversammlung des Schweiz. Verbandes für Wohnungswesen macht darauf aufmerksam, dass in vielen Städten und Dörfern immer noch eine scharfe Wohnungsnot besteht und dass es vor allem an billigen Neubauwohnungen mangelt.

Sie ladet die Genossenschafter ein, ihre bisherigen Anstengungen in der Beschaffung von gesunden und erschwinglichen Wohnungen auch nach dem Rückgang der öffentlichen Hilfe fortzusetzen.

Sie ersucht aber auch die Behörden der Kantone und Gemeinden, dem auf Selbsthilfe beruhenden, genossenschaftlichen Wohnungsbau nach wie vor die nötige Aufmerksamkeit und mögliche Unterstützung angedeihen zu lassen.

Sie erneuert den Wunsch, der Bundesrat möge das im Verfassungsartikel über den Schutz der Familie vorgesehene Bundesgesetz zur Förderung des Wohnungswesens den eidgenössischen Räten bald vorlegen.

Die Versammlung wendet sich ferner gegen eine geplante generelle Erhöhung der Mietzinse auf Altwohnungen.

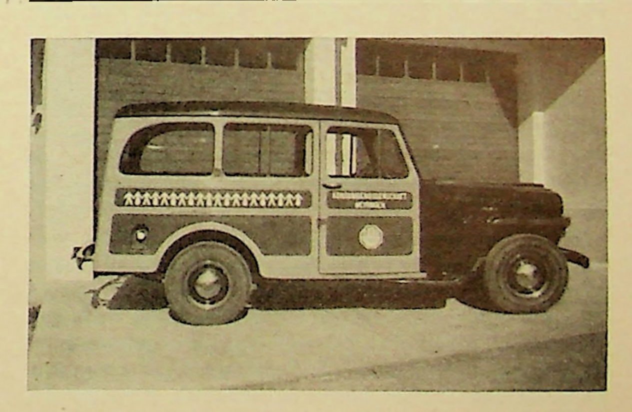
Damit war die Traktandenliste erschöpft und mit dem Dank an alle Gäste und Delegierten schloss Zentralpräsident Peter den offiziellen Teil der Jahrestagung.

*

Der zweite Teil der Versammlung führte die Delegierten zu einem Unterhaltungsabend ins Volkshaus zusammen, der von Kräften von Radio Basel bestritten wurde und einen äusserst guten Verlauf nahm.

Der frühe Sonntagvormittag vereinigte die Vertreter der Wohngenossenschaften zu einer beinahe dreistündigen Fahrt durch die Basler Wohngenossenschaften, bei der eingehend vor allem die Siedelungen auf dem Jakobsberg, an der Burgfelderstrasse und an der Rauracherstrasse besichtigt wurden.

Alles in allem darf auch diese Jahrestagung des schweizerischen Verbandes für Wohnungswesen, die am Sonntagnachmittag mit einer Fahrt nach Kembs schloss, als voller Erfolg gewertet werden. M.



Der «Genossenschafts-Jeep» der KG Meiringen, geeignet für die Personen- wie für die Warenbeförderung.

Hausfrauen auf der Schulbank

Ueber 80 Genossenschafterinnen fanden sich zum diesjährigen Fortbildungskurs vom 8. bis 10. Mai im Genossneschaftlichen Seminar Freidorf ein, um zu lernen.

Dr. Faucherre eröffnete den Kurs mit inhaltvollen Worten über den Sinn der Genossenschaftsbewegung. Ch.-H. *Barbier* zeigte uns mit seinem Vortrag über «Erziehungsfragen» neue Wege, die uns aus der Welt des Eigennutzes, der Gleichgültigkeit führen sollen. Er möchte einen neuen Menschen formen, den des wahren Genossenschafters. Egoismus und Altruismus sind in Einklang zu bringen. In der Erziehung des Menschen im frühesten Kindesalter zur Selbständigkeit, zu einem freien Menschen sieht Ch.-H. Barbier eine allererste Möglichkeit und eine zweite in der Erziehung zur Zusammenarbeit. Die althergebrachten Schulen seien Werkzeuge der Knechtung und nicht der Befreiung. Die Wege, die er vorschlägt, sieht er in drei neuen Methoden: der *Gruppenarbeit*, der *Selbstverwaltung* in der Schule und damit der *sozialen Erziehung*.



Die Genossenschafterinnen bei der Arbeit im Bastelkurs

Um den Genossenschafterinnen die Möglichkeit zu geben, ihren Kopf und die Gedanken wieder für neue Vorträge frei zu bekommen, wurden am Nachmittag vier Bastelstunden eingeschaltet. Unter der Anleitung von Frau Ziegler verfertigten die Frauen mit mehr oder weniger Geschick allerhand Spielzeuge und kleine Geschenke.

Frl. Dr. Schaufelberger, Zürich, zeigte uns in schönen Lichtbildern Frauen und Kinder berühmter Maler. Es war eine Stunde der Erbauung und der Belehrung im schönsten Sinne. Mit künstlerischem Gefühl weckte sie in uns den Sinn für Farbe, Harmonie und Schönheit.

In klaren, gut verständlichen Worten erklärte uns A. *Engesser* die Eigenproduktion des V. S. K. Er machte uns auf die ungeheure Macht der Reklame aufmerksam, die um so gefährlicher ist, als die Reaktion darauf so unbewusst ist wie unser Herzschlag. Er zeigte uns auch, welches Kunststück der V. S. K. mit der Eigenproduktion zu vollbringen hat in bezug auf Qualität, Preis, Marge, Aufmachung und Reklame, zeigte uns aber auch die Aufgaben, die gerade den Genossenschafterinnenvereinen obliegen und die zum guten Gelingen und zur Fortführung der Eigenproduktion des V. S. K. führen.

Frl. Dr. *Somazzi*, Bern, schilderte in ihrem Vortrag: «Einblicke in amerikanisches Leben» die Mentalität der Amerikaner, zog Vergleiche zwischen der Schweiz und Amerika, zwischen den Bewohnern der beiden Länder, und zwar nicht immer zu unserem Vorteil. Hier enger, beschränkter Raum, dort gewaltige Grösse, hier 650 Jahre Tradition, dort 50 bis 100 Jahre Pionierarbeit. Hier Kleinlichkeit und Enge, dort ein Staat mit ungeheuren Beziehungen zur Welt und Weltaufgeschlossenheit. Hier Bescheidenheit, die fast in Feigheit ausartet, dort Grosszügigkeit und Freigebigkeit. Weil in unserem Maschinenzeitalter das Menschliche ungeheuer gefährdet ist, hat sie die Sorge um die Menschenseele sehr beeindruckt. Man denkt in Amerika nicht nur in Pferdekräften, sondern auch in Menschenkräften. Die Kirche denkt nicht nur an das Seelenheil ihrer Gläubigen, sondern auch an das körperliche Wohlbefinden. Davon zeugte auch ein Plakat an einer Kirche, auf dem geschrieben stand: «Tritt ein, ruhe dich aus und dann bete.» Die Begeisterung für die Erziehung ist in allen Kreisen gross. In Amerika sind die Ideale noch wirkliche Leitziele und bringen eine Opferbereitschaft zustande, die sich in Hospitälern, Museen usw. auswirken. Amerika ist ein Land, in dem die Ideale der Freiheit, Gleichheit und Brüderlichkeit noch hochgehalten werden.

In ein anderes Gebiet, das die Verantwortung der Frau ebenfalls zeigt, führte uns Frau *Waldburger*, Schwellbrunn, mit ihrem Vortrag: «Wie erhalte ich das Glück in der Familie?» Frau Waldburger geht ganz neue Wege und bei keinem der vorangegangenen Vorträge waren die Meinungen so geteilt. Eine Diskussion hätte das sicher noch mehr zutage treten lassen. Infolge verschiedener Verschiebungen und vorgerückter Zeit war dies leider nicht mehr möglich.

Als Abschluss der Vortragsreihe sprach E. *Hungerbühler* vom LVZ über das Thema: «Was erwartet ein Konsumverwalter von den Genossenschafterinnen?» Er vergleicht den Verwalter mit der Exekutive, die Genossenschafterin aber mit der Legislative; also zwei ganz

Links Frau Dr. P. Jaeggi, die sich trotz ihres hohen Alters lebhaft für die Arbeit unserer Genossenschafterinnen interessiert



verschiedene Pole. In seinen Ausführungen wünscht er von den Genossenschafterinnen hauptsächlich vier Dinge, die er ganz besonders skizziert. Es sind dies: Verständnis, Geduld, Standhaftigkeit und wirtschaftliche Treue.

Schliesslich ist noch die Besichtigung der chemisch-technischen Werke des V. S. K. zu erwähnen, die uns einen guten Einblick in die Fabrikation von Bodenwichse, Beizen, Schuhcrème usw. gab.

Eine ganz besondere Freude haben uns die Genossenschafterinnen vom Freidorf mit ihrem Unterhaltungsabend gemacht. Im blumengeschmückten Saal des Seminars haben sie sich als vollendete Gastgeberinnen erwiesen. Die selbstverfertigten Kuchen und Torten waren nicht nur Augenweide, sondern auch Leckerbissen. Bei Gesang, Reigen und Ansprachen verbrachten wir mit den Genossenschafterinnen vom Freidorf schöne und auch besinnliche Stunden. Nochmals vielen und herzlichen Dank dafür.

Mit gutem Geschick und verbindlichen Worten führte Frau Egli, die Präsidentin des KFS, die Referenten jeweils ein und leitete die Diskussionen. Auch ihr gebührt der herzlichste Dank der Kursteilnehmerinnen.

Für das leibliche Wohl der Genossenschafterinnen sorgte Frl. Gröbli mit Umsicht und guten Menüs.

Nach drei kurzen aber inhaltsreichen Tagen zogen die Kursteilnehmerinnen in alle Himmelsrichtungen, um an ihrem Ort und in ihren Sektionen das Gelernte zu verwerten. G. Z.



Solche Arbeiten werden in den Bastelkursen von Genossenschafterinnen hergestellt

Der erste Selbstbedienungsladen im Kanton Aargau

Es ist heute kein Zweifel mehr möglich, der Selbstbedienungsladen ist auf dem besten Wege, sich auch die Schweiz zu erobern, und wenn auch keineswegs daran zu denken ist, dass er den bisher üblichen Ladentyp vollständig ersetzen wird, so ist doch bestimmt anzunehmen, dass er sich nicht mehr verdrängen lassen, sondern im Gegenteil immer weitere Verbreitung finden wird. Wagte man es zunächst nur, in der grössten und gleichzeitig auch «grosstädtischsten» Schweizer Stadt, Zürich, solche Läden zu eröffnen, so ahmte man doch bald das von Zürich gegebene Beispiel auch in den in der Grössenordnung Zürich folgenden Städten nach.

Und nun hat sich dem Reigen der Städte, die sich dem Selbstbedienungsladen geöffnet haben, auch eine unserer kleinen Städte, nämlich Aarau, angeschlossen. Wir haben allen Grund, die leitenden Personen dieser Genossenschaft, vorab den unternehmenden jungen Verwalter, Hans *Olivieri*, und den aufgeschlossenen Präsidenten, Arthur *Theiler*, nicht nur für ihre Initiative und bestimmt bahnbrechende Leistung zu beglückwünschen, sondern gleichzeitig auch der Freude darüber Ausdruck zu geben, dass, in Zusammenarbeit mit dem Architekturbüro des V. S. K., eine Lösung gefunden werden konnte, die als in jeglicher Hinsicht geglückt bezeichnet werden darf und damit als gutes Beispiel für die, hoffen wir, zahlreichen Nachahmungen dienen kann.

In der Tat, wer Gelegenheit hatte, sich den noch aus einer ganz anderen Zeit stammenden und auch unverkennbar den Stempel dieser Zeit tragenden alten Laden zu sehen, der konnte sich kaum vorstellen, dass es möglich sei, daraus einen Laden zu schaffen, der, ohne einem unnötigen Luxus zu frönen, doch alle Kennzeichen trägt, die für einen zeitgemässen Laden charakteristisch sind. Als ein grosser Vorteil ist es zu betrachten, dass es möglich war, dem neuen Laden die Form eines Rechteckes zu geben. Auf Grund häufiger Fühlungnahme mit Selbstbedienungsläden hat sich dem Berichterstatter die Ansicht aufgedrängt, dass man Selbstbedienungsläden, wo es immer angeht, diese Form geben sollte, und dieser Idealforderung konnte im Falle des Konsumvereins Aarau Rechnung getragen werden.

Die wichtigsten Etappen in der Baugeschichte des Selbstbedienungsladens des Konsumvereins Aarau sind: Dezember 1949 erste Fühlungnahme mit dem Architekturbüro des V. S. K., anschliessend Besichtigung von Selbstbedienungsläden des Lebensmittelvereins Zürich durch den Vorstand des Konsumvereins Aarau und Zustimmung des Vorstandes zu dem ihm unterbreiteten Vorschlag, Februar Zustimmung der Generalversammlung des Konsumvereins Aarau, 13. März Beginn des Umbaues, 4. Mai Eröffnung und 11. Mai offizielle Einweihung des Selbstbedienungsladens.

Zur Eröffnung hatte die Leitung des Konsumvereins Aarau ausser dem gesamten Vorstand den Stadtrat von Aarau, Vertreter von Baugenossenschaften und Gewerkschaften, Vertreter der Presse, Verwalter verschiedener benachbarter Konsumgenossenschaften und vom V. S. K. O. Zellweger, Vizepräsident der Direktion, und Chefbuchhalter Seiler eingeladen. Im Laden selbst erklärte Verwalter Olivieri den zahlreich Erschienenen Zweck und Funktionieren des Selbstbedienungsladens, und, da der Laden während des offiziellen Aktes in Betrieb war,

hatten die Gäste die Möglichkeit, mitanzusehen, wie sich die Selbstbedienung praktisch abwickelt, und auch — eine Gelegenheit, die ziemlich fleissig benützt wurde — selbst einen ersten praktischen Versuch zu machen. Dabei zeigte es sich, dass, obschon der Laden erst vor einer Woche eröffnet worden war, der Grossteil der Benützer mit dem neuen Bedienungssystem bereits so vertraut war, dass man den Eindruck bekommen konnte, es sei für sie etwas Altvertrautes. An die eingehende Besichtigung schloss sich im benachbarten Restaurant «Feldschlösschen» ein Imbiss an, in dessen Verlauf Arthur Theiler die Erschienenen begrüsste, Architekt Schwyn vom V. S. K. kurz über die Baugeschichte referierte, Verwalter Olivieri dem V. S. K. für seine ausserordentlich wertvolle Mithilfe dankte und O. Zellweger vom V. S. K., Hartmann, als Vertreter des Stadtrates, und Fuchs vom VHTL die Leitung des Konsumvereins Aarau zu ihrem wohlgelungenen Werk beglückwünschten und ihr gleichzeitig für ihre Initiative dankten.

Die Eröffnung des Selbstbedienungsladens des Konsumvereins Aarau ist ein Markstein in der Geschichte der Einführung dieses Ladentyps in die schweizerische Genossenschaftsbewegung insofern, als er die erste Anwendung des Systems in einer kleineren Stadt darstellt. Hoffen wir, dass, nachdem nun das Eis gebrochen ist, recht zahlreiche andere Konsumgenossenschaften sich dazu entschliessen werden, ebenfalls einen Versuch auf diesem Gebiete zu unternehmen. Der Selbstbedienungsladen — wir sagten es am Anfang — wird bestimmt nicht in absehbarer Zeit den bisher üblichen Ladentyp verdrängen; wir sind aber überzeugt davon, dass er sich auch innerhalb des schweizerischen Lebensmittelhandels einen bedeutenden Platz erobern wird. Und, wenn dem so ist, warum sollten die Konsumgenossenschaften nicht Pionierarbeit leisten? h.

Kreiskonferenzen

Frühjahrskonferenz des Kreises VII

Die von 106 Delegierten besuchte Kreiskonferenz, welche Samstag, den 29. April 1950, im grossen Sitzungssaal des «St. Annahof» in Zürich stattfand, wurde von Oberrichter H. *Schlatter* eröffnet. Er begrüsste als Gäste H. Rudin vom V. S. K., F. Heeb, Dr. Güller und E. Hardmeier als Vertreter unseres Kreises im Verwaltungsrat des V. S. K. sowie Frau Billeter als Vertreterin des genossenschaftlichen Frauenbundes. Ein Bericht von Hans *Bickel* über die Tätigkeit der Studienzirkelkommission des Kreises VII wird vom Präsidenten verlesen.

Der Jahresbericht des Kreises gab Anlass zu interessanten Auseinandersetzungen zwischen Dr. Güller und dem Präsidenten H. Schlatter. Doch wurden Bericht und Rechnung einmütig genehmigt und verdankt. Die Jahresrechnung schliesst bei Fr. 14 360.30 Einnahmen und Fr. 8060.30 Ausgaben mit einem Einnahmenüberschuss von Fr. 6246.— ab.

Die Vorstandswahlen warfen ziemlich grosse Wellen. Präsident H. Schlatter, Mitglied des Kreisvorstandes seit 1922 und Präsident seit 1932, F. Heeb, Vizepräsident seit 1944, Frau Ganz, Mitglied seit 1944, und Aktuar E. Hausammann, Mitglied seit 1938, erklärten ihren *Rücktritt*. Neu in den Kreisvorstand wurden gewählt: *E. Sigg*, Geschäftsleiter des Lebensmittelvereins Zürich (Präsident), H. *Gamper*, Verwalter der Allg. Konsumgenossenschaft Schaffhausen, *Fierz*, Glattfelden, und Frau *Umbricht*-Storrer, Winterthur. Namens der verbleibenden Vorstandsmitglieder sprach Genossenschafter Hardmeier den Scheidenden in warmen Worten Dank und Anerkennung aus. Gleichzeitig wurde letztern je ein Geschenkkorb überreicht. Kreispräsident Schlatter zeichnete zudem in der im eigenen originellen Art seine Tätigkeit in der Genossenschaftsbewegung im letzten halben Jahrhundert, wobei ganz besonders die Berner «Steinzeit» mit dem Freunde Wassilieff interessierten, was den Aktuar spontan veranlasste, diesen Teil der Ausführungen von Oberrichter Schlatter in einem Blitzgedicht festzuhalten. E. Sigg dankte für das ihm entgegengebrachte Vertrauen und entwarf in prägnanten Zügen die ihm vorschwebenden Ziele und Aufgaben.

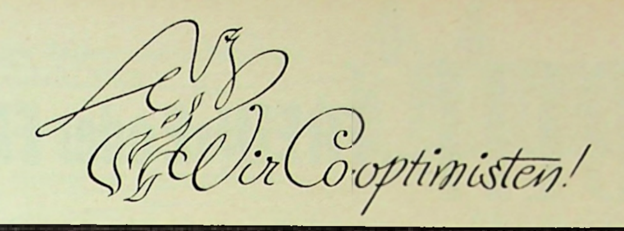
Hierauf erhielt H. *Rudin* das Wort zu seinem Referat über die Verbandstätigkeit. Obwohl sich der Vertreter der Verbandsdirektion der Kürze befliss und die verschiedenen Vorkommnisse gleichsam im Telegrammstil skizzierte, nahm die Fülle der zu behandelnden Probleme gut $^{5}/_{4}$ Stunden in Anspruch. Wirken und Abschlüsse der Zweckgenossenschaften, neue Druckerei und «Genossenschaft», Anlegung von Notvorräten sowie ganz besonders die Stellungnahme unserer Bewegung zur Bundesfinanzreform wurden von H. Rudin besonders unterstrichen. Die mit grossem Beifall aufgenommenen Ausführungen schufen die Grundlage zu einer erspriesslichen Diskussion, an welcher sich die Genossenschafter Sigg, Horlacher, Gemperli, Heeb, Dr. Güller und Hans Bickel, Zürich, beteiligten. Neben der einmütigen Ablehnung der Vorschläge der sogenannten Einigungskonferenz zur Bundesfinanzreform war namentlich die neue «Genossenschaft» sowie das im Wurfe liegende Landwirtschaftsgesetz Gegenstand eingehender Erörterungen. Nach 3½stündiger Dauer konnte die in allen Teilen lebendig und anregend verlaufene Konferenz geschlossen werden, wobei noch zu bemerken ist, dass die Verlegung der Delegiertenversammlung auf den Samstagnachmittag allseits begrüsst wurde. Ha.

Bibliographie

Leitfaden für Schuldbetreibung und Konkurs. M. Greder und G. Jornot (deutsche Bearbeitung durch Dr. W. E. Hindermann). Verlag Organisator AG., Zürich 57, 312 Seiten, kart. Fr. 14.—.

Bundesrichter Dr. E. Arnold sagt im Vorwort zu diesem Werk, dass eine längst empfundene Lücke durch die Herausgabe in sehr glücklicher Weise ausgefüllt wurde. In der Tat handelt es sich um eine Materie, die selbst von vielen Juristen «gefürchtet» ist, und um so erfreulicher erscheint es, dass die Autoren es verstanden haben, einen leichtfasslichen Leitfaden zu schreiben. Die auf den 1. Februar 1950 in Kraft gesetzten Abänderungen im Schuldbetreibungs- und Konkursrecht sind durchwegs berücksichtigt und im Originaltext aufgeführt. Das Werk ist mit einem Schlagwortregister ausgestattet, das auf zwölf Seiten etwa 550 Leitworte enthält, die sekundenschnell auf die entsprechenden Textseiten verweisen. Dieses Schlagwortregister ist von grosser Bedeutung für die Praxis, weil es den Leitfaden zu einem eigentlichen Nachschlagewerk macht.

«Büro und Verkauf». Die Mainummer dieser vielseitigen Fachzeitschrift steht vor allem im Zeichen des «Verkaufs», was schon aus den Titeln verschiedener Beiträge hervorgeht: «Vertreter und Akquisiteure klopfen an», «Kaufen und Verkaufen in Tunesien», «Gruss aus Basel» (Skizze über die Muba), «Bürotechnische Neuheiten an der Muba», «Eine Hausfrau liest Anzeigen», «Was man in der Werbung leicht vergisst».



15.

Die Verwaltertagung in Winterthur vom 8./9. Mai war eine angenehme Ueberraschung sondergleichen für alle Teilnehmer. Der Stürmi-Fritz hatte seine helle Freude an der rassigen Durchführung dieser Veranstaltung. Kollege Sax leitete die Versammlung lebendig, speditiv und gediegen. Ein ganz neuer, höchst erfreulicher Zug ist festzustellen, den wir dankbar begrüssen. Welche Wohltat gegenüber früher, statt einem ermüdenden Langreferat gleich vier interessante, spritzige Kurzreferate anzuhören! Ein glänzender Rekord — und es war keine Minute langweilig!

Zuerst sprach Prof. M. Weber über die Finanzvorlage und deren Auswirkungen für die Konsumgenossenschaften. Jeder Genossenschafter weiss nun, dass er diese Vorlage ablehnen muss, ohne Rücksicht auf die Parole seiner Partei. Vergessen wir nicht: Parteimann ist man bei einigen wenigen Gelegenheiten, aber Genossenschafter ist man 365 Tage im Jahr! Das Referat von Prof. Weber hat darüber restlos Klarheit vermittelt. Mit Genugtuung wird die klare, eindeutige Stellungnahme des V. S. K. zu wichtigen wirtschaftspolitischen Problemen begrüsst.

Dr. Mühlemann vom V. S. K. summierte seine höchst interessanten Darstellungen unter dem Titel: Genossenschaftsfragen. Solche Informationen sind heute überaus notwendig und wertvoll. Kollege Sigg vom LVZ erläuterte in ebenso überzeugender Weise die Gründe und Ueberlegungen, die zur Schaffung eines Sekretariates zur Behandlung von Angestelltenfragen und Arbeitsverhältnissen in Konsumgenossenschaften geführt haben.

Die grösste Stimulation bei den Verwaltern erzeugte jedoch das Referat von Direktor H. Rudin vom V. S. K., welcher sich mit «Aktuellen Wirtschaftsfragen» auseinandersetzte. Das war das Gebiet, das jeden Verwalter am meisten interessierte, und die lebhafte Diskussion zeigte mit aller Deutlichkeit, dass diese Probleme tatsächlich für «sehr, sehr aktuell» angesehen werden. Der V. S. K. ist nun wohl kaum mehr im Zweifel, nach welcher Richtung Planung und Aufbau vorgenommen werden muss und wie die Aufgaben verteilt werden sollen. Den Stürmi-Fritz hat es mit Genugtuung erfüllt, dass nun doch die Auffassung durchgedrungen ist, die Vorabpackung und Abfüllerei der Waren planmässig in die Produktionsbetriebe und in die Lagerhäuser zu verlegen. Der Verein sollte sich möglichst auf den *Verkauf der Ware* konzentrieren können und sich nicht mit vorbereitenden Manipulationen belasten müssen. Wir kennen dieses Prinzip ja alle von der Grenzbesetzung her, die Munition wird gebrauchsfertig von hinten an die Front geschafft, damit man dort kämpfen kann. Die Co-optimisten wissen, dass es keine Hindernisse gibt, die nicht irgendwie überwunden werden können, und sie erwarten auch die Lösung dieser Probleme mit aller Zuversicht.

Hätte der Gong zum Mittagessen den lebhaften Redefluss nicht abgebrochen, es hätten sich noch allerhand Schleusen geöffnet. Wessen Herz voll ist, dem geht der Mund über, heisst es ja, und so war es auch.

Neue Wege zu genossenschaftlicher Kraft wurden uns vom Gastgeber, Kollege E. Ensner vom Konsumverein Winterthur, sehr eindrucksvoll aufgezeigt. Der Rundgang durch Betriebe, Lagerhaus, Kaufhaus und Verkaufsläden war eine stolze Demonstration weitsichtiger Planung und rationeller Organisation. Und wir wollen neidlos anerkennen, dass der heutige Erfolg und die dominierende Stellung des Konsumvereins Winterthur ganz gewiss eher einer mutigen und optimistischen Geschäftsführung und einem zähen Aufbauwillen zuzuschreiben ist, als einem unverdienten Zufallsglück. Möge der instruktive Anschauungsunterricht in Winterthur manchen Kollegen anspornen, an seinem Platz auch Dinge zu entdecken, die besser ausgebaut und ausgenützt werden können.

Die Besichtigung der Maggi-Werke in Kemptthal hat dem Stürmi-Fritz einen grossen Eindruck gemacht. Die Entwicklung dieser Firma hört sich an wie ein Roman, und die Redensart, die Wirklichkeit sei phantastischer als jeder Roman, hat sich hier wieder einmal überzeugend bewiesen. Einen Begriff von moderner geschäftlicher Weitsicht vermittelte die Information, dass Maggi den Auftrag erteilt hat, die Anlagen für die bauliche und technische Entwicklung der Betriebe für die nächsten hundert Jahre fixfertig festzulegen.

Die rassige Verwaltertagung in Winterthur hat in allen Teilen wiederum gezeigt, dass mit Co-optimismus marschiert wird und dass Co-optimismus Fortschritt bringt.

Stürmi-Fritz

*

Der Stürmi-Fritz erhielt folgende Antwort auf seinen letzten Artikel, die wir unsern Lesern nicht vorenthalten wollen.

Mein lieber unbekannter Stürmi-Fritz, glaube ja nicht, dass Deine co-optimistischen Gedanken nicht gelesen wurden. Sehr intensiv sogar, und mit Freude habe ich die stürmenden Gedanken verfolgt. Jedesmal sagte ich: «Gut so, es taget!»

Jawohl, auch wir zählen uns zu den Co-optimisten, wenn's auch manchmal schwer fällt. Wir müssen trotzdem noch dazu kommen, Co-optimisten von ganz oben bis ganz unten zu erhalten. Wie lange das noch geht? Seien wir auch hier Co-optimisten!

Dank für Deine Mühen und Deine Leitsätze! Tausend Grüsse, Dein *E. Ensner*

ARBEIT ... FREUDE oder FRON?

Ein Arbeiter macht eine Rundfrage

Von Privatdozent Dr. Paul Reiwald

Während einer Eisenbahnfahrt wurde ich mit einem Mann bekannt, der jetzt Kunstschlosser ist, der aber längere Zeit in einem unserer grössten Industriebetriebe gearbeitet hatte. Was er mir erzählte ist bemerkenswert genug, um die Allgemeinheit zu interessieren.

Er war auf den Gedanken gekommen, unter seinen Arbeitskollegen eine Umfrage zu halten, wie sie mit Arbeit und Lohn zufrieden seien, was sie von ihrem ganzen Leben in der Fabrik dächten. Nun hat eine solche private Umfrage gewiss mancherlei Nachteile. Sie kann sich in vieler Hinsicht nicht mit Erhebungen, die mit dem ganzen wissenschaftlichen Werkzeug und den Kontrollmöglichkeiten der heutigen Test- und Umfrageverfahren veranstaltet werden, messen. Sie hat aber dafür einen sehr grossen Vorteil. Hier besteht viel eher die Möglichkeit eine unbefangene Antwort zu erhalten. Ein Arbeiter, der selber einen andern befragt, wird nicht auf das Misstrauen stossen, das der Mann der Betriebswissenschaft und Technik erst überwinden muss. Der Arbeitskollege mag hie und da eine derbe Antwort, eine kräftige Zurückweisung erfahren, warum er sich in Dinge mische, die ihn nichts angingen. Aber im ganzen wird er manches erfahren, was sich sonst nicht so leicht feststellen lässt.

Dem Kunstschlosser gelang es, mit der Zeit etwa dreihundert Arbeiter zu befragen. Fast durchwegs waren sie unzufrieden. Die Unzufriedenheit galt nicht in erster Linie dem Lohn, der allerdings als knapp bezeichnet wurde. Das ist eine Bemerkung, von der man sicher einige Abstriche machen darf. Es gibt keinen Kaufmann, der mit seinen Geschäften zufrieden ist, der nicht über ihren schlechten Gang klagt. Ebensowenig wird der Arbeiter mit seinem Lohn vollständig zufrieden sein, denn — mehr kann nie schaden.

Die befragten Arbeiter liessen aber keinen Zweifel darüber, dass nicht die Lohnfrage die Ursache ihrer Unzufriedenheit war. Die Unzufriedenheit war in ihrer Behandlung begründet, ihrer Stellung im Betrieb. Sie fühlten sich nicht als Menschen behandelt, sondern waren Nummern im Betrieb, deren individuelle Existenz keine Rolle spielte. Das war es, was sie unzufrieden, mürrisch und verschlossen, zuweilen zänkisch und rechthaberisch machte. Es lässt sich denken, dass der Arbeitseifer in einer solchen Atmosphäre kein grosser sein kann. Die Arbeitslust, mag sie auch an sich vorhanden sein, muss auf diese Weise schwer leiden.

Der Kunstschlosser berichtete mir, wie es ihm selber ergangen war, ein ganz einfacher Fall, der aber unmissverständlich zeigt, was die Leute meinten. In einer Zeit sehr starker Nachfrage hatte er Ueberstunden gemacht, hatte sehr früh begonnen, war dann zu einer kurzen Mittagspause nach Hause gegangen und war um sechs Uhr abends todmüde. Da kam der Werkmeister und fragte ihn, ob er nicht bis zehn Uhr abends noch weiterarbeiten wolle. Keine Frage, ob er denn nicht sehr müde sei, wie er sich fühle und ob er denn nach den gemachten Ueberstunden noch fähig sei, weitere hinzuzufügen. Nun könnte man einwenden, dass irgendeine konventionelle Höflichkeitsfrage doch unsern Mann bestimmt nicht frischer gemacht hätte, dass seine Weiterarbeit wahrscheinlich ausschliesslich davon abgehangen hätte, ob er das Geld für die Ueberstunden sehr dringend brauchte oder nicht.

Gerade hier liegt der Irrtum. Die Arbeit selbst ist schon sachlich genug.

Die Entpersönlichung hat solche Fortschritte gemacht, dass der Arbeiter der persönlichen Ansprache so dringend bedarf wie des täglichen Brotes und des Lohnes.

Jener Werkmeister war keineswegs ein schlechter oder gar ein böser Vorgesetzter. Er war ein Mann, der wie so viele andere nichts anderes als seine Arbeit im Kopfe hatte und *vor lauter Arbeit nicht mehr diejenigen sah, denen schliesslich die Arbeit dienen sollte, die Menschen.*

Das ist natürlich nicht erst seit heute so. Der Kunstschlosser erzählte mir, wie sein Grossvater, ebenfalls Werkmeister in einer grossen Maschinenfabrik, immer brummig und bissig war, und wie sehr er sich vor ihm fürchtete. Eines Tages wurde der Mann pensioniert und war nicht mehr wiederzuerkennen. Er wurde gemütlich, ja fröhlich, und die Kinder wollten jetzt gerne mit ihm zusammen sein. Sollen wir nun wirklich glauben, dass es die Arbeit war, die ihn so mürrisch gemacht hatte? Bestimmt nicht. Aber er hatte geglaubt, während der Arbeit den Menschen in sich vollständig ausschalten zu müssen. Damit hatte er sich und anderen die Arbeit zur schweren Last gemacht, und zwar ganz unnötigerweise. Er hatte, wie es ein moderner Psychologe höchst bezeichnend nennt, einen «*Charakterpanzer*» angelegt, mit dessen Hilfe er sich in der Arbeit einschloss. Leider halten sich viele Menschen für verpflichtet, diesen Charakterpanzer während der Arbeit zu tragen. Aber sie sind auch nachher nicht mehr fähig, ihn abzulegen.

Man kann sich schwer vorstellen, welchen Schaden dieser Zustand anrichtet, welchen Verlust an Lebens- und Arbeitsfreude er mit sich bringt, in welchem Masse er aber auch den effektiven Leistungsertrag schmälert. Die «Erhebungen» des Kunstschlossers bestätigen nur auf drastische Weise, was amerikanische Fabriken bei

ihren mit Hilfe eines grossen Expertenapparates durchgeführten Feststellungen erfahren haben:

Man kann die «soziale Frage» im Betrieb keineswegs allein mit Lohn, Freizeitregelung und bezahlten Ferien lösen. Der Mensch verlangt mehr, er verlangt vor allem, keine Nummer zu sein.

Man kann sich nur immer aufs neue darüber wundern, wie selten diese einfache Tatsache erkannt und wie wenig Folgerungen aus ihr gezogen werden. Man muss auch nicht bedenken, dass dieser Uebelstand allein im Grossbetrieb anzutreffen ist. Hier ist die Gefahr, dass den einzelnen das Gefühl seiner Nichtigkeit übermannt, das Gefühl, dass er nur ein winziges Schräubchen ist, das ohne weiteres durch ein anderes, ebensolches Schräubchen ersetzt werden kann, besonders gross. Aber auch im Kleinbetrieb wird sie keineswegs immer vermieden. Der Chef ist hier oft ein Mann, der sich in schwerer Arbeit von unten durchgekämpft hat, der seinen Erfolg zähem Fleiss und zäher Energie verdankt und darum selbstbewusst allzu leicht geneigt ist, seine Arbeiter und Angestellten nicht sehr hoch einzuschätzen. Vor allem glaubt er, dass nur dieser verbissene Arbeitseifer den Erfolg verbürge und dass daher die menschliche Beziehung, das persönliche Wort im Betrieb nur die Arbeitsdisziplin und den Arbeitswillen lockern und Schaden stiften könne. Er bedenkt nicht, dass seine eigene Arbeit, so hart und erfolgreich sie gewesen sein mag, ihn nun nicht dazu berechtigt, andere, die nicht die gleichen Fähigkeiten besitzen, aber doch auch das ihre tun und dabei vom Leben etwas haben wollen, darum zu bringen. Vor allem, er *kann* es gar nicht mehr und ist dazu noch fest überzeugt, dass alles in seinem Betrieb recht ist.

Hilfe kann hier nur Einsicht bringen und — vielleicht einige Ziffern über das Ausmass der Produktionsschädigung, zu der es dadurch kommt. Aber es handelt sich keinesfalls allein um eine Frage, die den Betrieb als solchen angeht. Es handelt sich um ein soziales Problem von grösster Bedeutung, das auf das gesamte öffentliche Leben Einfluss hat.

Der unzufriedene Arbeiter ist stets auch ein unzufriedener Bürger.

Er ist es auch dann, wenn er selbst die Ursache seiner Unzufriedenheit nicht kennt, da er ja doch den üblichen und angemessenen Lohn erhält. —

Die Genossenschaften haben hier eine grosse Aufgabe. Sie können in ihren Betrieben zeigen und vorbildlich zeigen, wie man die Sachlichkeit und Unpersönlichkeit vieler Verrichtungen durch die ganze Atmosphäre vermenschlichen und verpersönlichen kann.

«Was ist Betrug?» fragt der examinierende Professor den Studenten.

«Betrug wäre es, Herr Professor, wenn Sie mich durchfallen liessen.»

«Das ist eine Dreistigkeit. Wie meinen Sie das?»

«Nach juristischer Definition», erklärte der Student, «nennt man Betrug eine Handlung, in der jemand die Unkenntnis eines andern zu dessen Schaden ausnützt.»



Wäre es nicht möglich?

Bis zu unserem Konsumladen sind es hin und her gut zehn Minuten Weg. Im Sommer ohne Schatten, im Winter immer genau der Bise ausgesetzt. Wenn ich nun mein sechsjähriges Töchterchen mit dem Korb und einem saubern Bestellzettel in den Laden schicke, so kommt es nicht selten vor, dass es nach einer Viertelstunde oder zwanzig Minuten zurückkommt und anstatt der einen oder andern Ware einen neuen Zettel mitbringt, auf dem es heisst: «Wir haben leider diese Marke im Moment nicht, wollen Sie ein anderes Produkt?» Nun muss ich das Kind nochmals in den Laden schicken und nochmals eine kleine Ewigkeit warten.

Dabei aber — und das ist mir nun wichtig — haben sowohl wir, wie auch die Konsumfiliale das Telephon. Wäre es nun nicht möglich, dass in einem solchen Fall die Konsumfiliale mir eben aufläuten würde? Ich bin mir zwar bewusst, dass man daraus keine Regel machen kann, doch es scheint mir, dass man auch ein Kind nicht mehr als nötig herumhetzen sollte, besonders wenn man regelmässig in der betreffenden Filiale einkauft und eigentlich einen gewissen «Dienst am Mitglied» erwarten dürfte. Frau Hanna E.

Kleine Humoreske vor dem Ladentisch

Ein Herr mittleren Alters betritt ein Ladengeschäft (wir wollen annehmen, es sei diesmal kein Konsumladen). Die Verkäuferin, die ihn bedient, ist nichts weniger als vollschlank: mager wie ein Brett, wie man so sagt. Und wie das bei magern Leuten oft der Fall ist, verfügt das Fräulein auch nicht über jene Umgänglichkeit, die man eigentlich in einem Laden zeigen sollte.

Wie nun der Herr Kamillentee verlangt, entspinnt sich folgender Dialog:

Verkäuferin: «Kamillen*tee* kann ich Ihnen nicht geben — höchstens Kamillen, wir haben hier nämlich keine Teestube!»

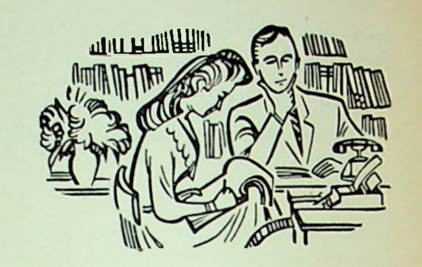
Der Herr: «Gut, mein Fräulein, so geben Sie mir eben Kamillen. Und gerade auch noch einen Beutel Lindenblütentee, wenn ich bitten darf.»

Die Verkäuferin: «Aber ich habe Ihnen doch schon gesagt, dass wir hier keine Teestube haben. Ich kann Ihnen auch nur höchstens wieder Lindenblüten geben, den Tee müssen Sie sich schon selber machen!»

Der Herr: «Natürlich, Sie wissen ja, wer recht hat, mein Fräulein! Aber passen Sie jetzt gut auf. Bringen Sie mir doch noch 100 Gramm Brusttee! Ja, Brusttee — und machen Sie nun, bitte, Ihr Sprüchlein nochmals! . . .» Joggi



Für die PRAXIS



Die Packung der Zukunft

Mit Vorliebe wird bei Diskussionen über Packungen das bekannte Zitat von Gottfried Keller: «Kleider machen Leute», angewendet. Da die Packung in der Tat eine Bekleidung für die Ware darstellt, ist dieser Vergleich durchaus am Platze. Die eigentliche Bedeutung von «Kleider machen Leute» liegt in der Schlussfolgerung, dass diese «Kleider» aussergewöhnlich sein müssen, dass sie angenehm auffallen wegen der hohen Qualität des verwendeten Materials, wegen des hervorragenden Schnittes, der meisterhaften Verarbeitung, der neuartigen Form, der sympathischen Farbe usw. «Kleider machen Leute» wird am eindrücklichsten demonstriert durch die Damenmode mit ihren stets neuen, phantasiereichen Einfällen und Kreationen.

Auch die Packung macht Entwicklungsstadien durch. Gerade jetzt vollzieht sich meines Erachtens eine solche Metamorphose, eine Verwandlung der Packung in eine höhere Stufe im Aufstieg zur Vollkommenheit.

Die Epoche der Markenpackung, wie wir sie gewohnt waren, wird bald zu Ende sein. Der neue Packungstyp, nennen wir ihn «Glamourpackung», wird eine strahlende, auffallende, sympathische und bestrickende Pakkung sein. Sie wird ihre Wirkung ganz auf das Auge konzentrieren, starke Wunschreaktionen auslösen und die nüchterne Verstandesargumentation möglichst zurückdrängen. Ganz nach der Erkenntnis: Erfreuet die Augen, denn diese entscheiden beim Einkauf!

Die bisherige Auffassung, wie eine erfolgreiche Pakkung aussehen muss, wird eine Neuorientierung in Kauf nehmen müssen. Der Markenname, die Firmaaufschrift, Sachbezeichnungen, Qualitätsargumente, Rezepte und Gebrauchsanweisungen werden nicht mehr die Hauptbestandteile der Packung darstellen. Vielmehr wird die Gesamtaufmachung, die dekorative Gestaltung, die aussergewöhnlich schöne Präsentation in Stoff, Form und Farbe bei der Schaffung einer neuen Packung die wichtigste und führende Rolle übernehmen. Der geschäftstüchtige Kaufmann weiss, dass es heute sehr viel Geschick braucht, den Interessenten zum Kauf zu beeinflussen und zu bestimmen. Je stärker sich der Konkurrenzkampf entwickelt, desto bessere Ideen sollte die Reklame produzieren.

Die Packung, die letzte Reklamebeeinflussung vor dem Kauf, muss künftig noch mehr und grössere Sorgfalt erfahren bei ihrer Herstellung; sie muss so gestaltet sein, dass sie den denkbar grössten Eindruck macht auf Auge, Gefühl und Erinnerung. Ist es nicht naheliegend, sie ganz auf die Reaktion des Käufers einzustellen? Aber wie wenig Geschäftsleute überlegen so, wenn eine neue Verpackung entworfen werden soll? Meistens macht man die Sache gerade verkehrt: die Packung wird nur nach dem Geschmack und den Wünschen des Chefs gestaltet, nicht einmal die engsten Mitarbeiter dürfen ihre Meinung äussern, und schon wandert die Packung in die Druckerei zur sofortigen Fertigstellung nach genauen Angaben. Ein so übereilter Werdegang wird bestimmt nie eine «Glamourpackung» herausbringen. Dazu gehört in erster Linie künstlerische Phantasie, Kenntnisse über die Möglichkeiten der verschiedenen Druckverfahren und ein feinentwickeltes, schöpferisches Talent für Zeichnung, Farbe, Schrift und ihre Einordnung ins Ganze.

Weil der vielbeschäftigte Kaufmann kaum die nötige Zeit finden wird, um Ideen auszuhecken und Entwürfe auszuarbeiten, beauftragt er damit einen bewährten Graphiker oder Reklamefachmann, gibt ihm seine Wünsche bekannt und lässt ihm — ein Gebot der Klugheit — möglichst viel Freiheit.

Erst kürzlich hat der Verlag von «Modern Publicity» eine weltweite Marktanalyse über die Entwicklung in der Reklame beendigt und bringt nun zur Kenntnis, dass wenig Fortschritte zu verzeichnen sind. Es werden dafür die folgenden Gründe angeführt:

> Bei der Prüfung des umfangreichen internationalen Materials kamen diese Experten zur Ueberzeugung, dass das Durchschnittsniveau der Propagandakunst zu niedrig und kein Fortschritt zu verzeichnen ist. Zu viele Geschäftsleute scheuen sich, andere Wege zu gehen als die Konkurrenz. Zu viele Werbefachleute unterschätzen die Intelligenz des Publikums und klammern sich an althergebrachte Themen. Zu viele füllen die zur Verfügung stehende Fläche aus, ohne sie richtig auszunützen und haben hauptsächlich in der Kunst der blickfesselnden Werbung noch viel zu lernen. Zu viele Reklamegraphiker sind vom Erfolg eines führenden Kollegen so beeindruckt, dass sie ganz vergessen, ihre eigene Phantasie walten zu lassen und zu entwickeln. Zu viele Drucker sind nachlässig in ihrer Arbeit, sind zufrieden, wenn nur wieder Papierbogen vollbedruckt sind. Es sind immer nur wenige Reklametreibende, Fachleute und Künstler, und es sind immer mehr oder weniger die gleichen, die führend sind, und ihre Zahl hat sich im Laufe der Jahre nur unbedeutend vergrössert.

Neuartige Verpackungsmaterialien, moderne Verkaufsmethoden (Selbstbedienung, Portionen-Service), übereiche Warenangebote usw. drängen nach neuen Lösungen auf dem Gebiete der Verpackung. Sie verlangen eine intensivere Beeinflussung des Käufers durch reklametechnische Hilfsmittel, von denen die Packung zweifellos eines der wichtigsten ist.

Skizzieren wir zum Schluss nochmals kurz die Eigenschaften der neuen Packung, der «Glamourpackung», die höhere Umsätze als die bisherige erzielen soll:

1. Sie muss aus dem Rahmen des bisher Gewohnten angenehm herausfallen.
2. Sie muss praktisch sein und doch ausserordentlich gut präsentieren.
3. Die Gestaltung muss künstlerisch und geschmacklich erstklassig sein.
4. Sie muss zum Kauf locken.
5. Sie muss für die zu verkaufende Ware mit ihrer Aufmachung nicht nur Qualität, sondern die beste Qualität suggerieren.

Damit ist in grossen Zügen auf das grundsätzlich Neue der künftigen Packung hingewiesen, die den bisherigen Weg der trockenen Bearbeitung verlässt, dafür aber durch lebendige, künstlerische Gestaltung, durch Ideenreichtum und Phantasie den Käufer beeinflussen will.

Schweizer Verpackungskatalog 1950 — John Plattner

Sieben von zehn Frauen

lesen die Lebensmittelreklamen, und zwei von drei beziehen sich auf diese, wenn sie ihre Einkäufe machen. Die Untersuchungen und Befragungen in 17 Städten der USA haben zu diesem Ergebnis geführt. Im Durchschnitt vierzig Prozent der grossen unabhängigen Nahrungsmittelgrossisten inserieren regelmässig sowie nur vier Prozent der «kleinen» unabhängigen, aber darum sind sie klein, sagt Mr. H. Schuhmacher von der Swift & Co., Chicago. Man konnte feststellen, dass reguläres Inserieren in Zeitungen besser ist als Druck von Sonderannoncen; wichtig ist weiter, gut lesbare Schrift, Illustrationen, *Rezepte* und *Menüvorschläge* zu bringen, die der Ware eine persönliche Note geben. «Die Ernährung»

Aus der Praxis — für die Praxis

«Dörf's no öppis sy?»

Liebe Mitarbeiterin M. B.-M.!

Ihre Entgegnung auf meinen Artikel «Dörf's no öppis sy» hat mich wirklich gefreut. Freimütig will ich zugestehen, dass Sie durchaus recht haben. *So* darf man nicht fragen! Auch ich wäre erbost, würde mir die Konsumverkäuferin das verlangte Waschpulver mit der Bemerkung auf den Tisch stellen: «So, da wäre das Waschpulver. Wie steht es mit dem Einweichmittel?» oder «So, da ist der Rahm, wie steht es mit den Meringuesschalen?» Wirklich, liebe M. B.-M., ich bin ganz mit Ihnen einverstanden. Wer so verkauft, handelt unklug.

Sie dürfen mir aber glauben, dass ich es gar nicht so gemeint habe, und ich bedaure, dass meinen Darlegungen diese Lesart entnommen werden konnte. Sicher sind Sie mit mir der gleichen Auffassung, dass auch beim Verkaufen der Grundsatz gilt: «C'est le ton qui fait la musique!»

Beispiel: Frau Müller tritt in den Laden und kauft zwei Pakete Waschpulver und ein Paket Einweichmittel. Wie wäre es nun, wenn die Verkäuferin so beiläufig fragen würde: «So, Frau Müller, haben Sie bald Wäsche? Da muss man sicher gut aufpassen, dass man nichts vergisst. Uebrigens, wir haben da ein neues, ausgezeichnetes Waschmittel erhalten. Teddy heisst es, usw.»

Ich glaube nicht, dass ein Mitglied, wenn es so angesprochen wird, das Gefühl bekommt, man möchte ihm partout das Geld aus dem Portemonnaie ziehen. Es ist ja eine alte Erfahrungstatsache, dass nur die wenigsten Frauen dazu zu bringen sind, ihren Bedarf vor dem Einkauf zu notieren. Wie leicht passiert es dann, dass sie dieses oder jenes vergessen. Der Konsumladen braucht dann nur etwas weiter von der Wohnung entfernt zu sein als ein Privatlädeli — und schon holt sie das Vergessene dort.

Ich hoffe, Sie haben mich verstanden! Deshalb glaube ich, dass mit etwas Takt und Einfühlungsvermögen mehr gewonnen ist als mit der ewig wiederkehrenden Frage «Dörf's no öppis sy?» — Nüt für unguet! Hg.

Ein modernes Warenhaus

Ein neu errichtetes Warenhaus in den Vereinigten Staaten hat seinen Betrieb weitgehend mechanisiert, um den Kunden die leichtere und raschere Erledigung ihrer Einkäufe zu ermöglichen.

So verfügt das Warenhaus vor allem über ein ausgedehntes System von Transportvorrichtungen und Gleitbahnen, die den Kunden das lästige Herumtragen von Paketen ersparen. Die Gleitbahnen befördern die Pakete direkt zur Versandabteilung, von wo sie den Kunden in die Wohnung zugestellt werden. Andere Transportvorrichtungen wieder befördern die Pakete ins Parterre zu einer Sammelstelle, von wo sie die Kunden beim Verlassen des Warenhauses abholen können.

Ein zweckmässig angelegtes Telephonsystem ermöglicht es den Kunden, die gewünschten Waren rasch zu finden. Der Kunde braucht das Telephonfräulein nur zu fragen, wo der von ihm gesuchte Artikel zu finden ist, um von ihr rasch und sicher in die betreffende Abteilung dirigiert zu werden. Bemerkenswert ist auch, dass das ganze Haus fast keine Fenster besitzt. Statt der Fenster ist ein Ventilationssystem vorgesehen, das die Luft durch Filter ansaugt, in denen sie gereinigt wird, um dann in den Klimaanlagen je nach der Jahreszeit erwärmt oder gekühlt und schliesslich in die Verkaufsräume geblasen zu werden. Die Beleuchtung erfolgt durch Fluoreszenzlampen.



Wie sich der kleine Moritz eine «Milchschwemme» vorstellt...

Die Bewegung im Ausland

Oesterreich. *Die Bedeutung des österreichischen Genossenschaftswesen* zeigt die Uebersicht der vier anerkannten genossenschaftlichen Revisionsverbände für Konsum-, landwirtschaftliche, Wohnungs-, und Siedlungs- und Gewerbliche Genossenschaften. Diese vier Verbände bilden die offizielle genossenschaftliche Revisionsinstanz und unterstehen dem Bundesministerium für Inneres als oberster Aufsichtsbehörde.

Konsumgenossenschaften sind nach der Zerschlagung in der nationalsozialistischen Aera nunmehr im Wiederaufbau. Sie haben aus den Erfahrungen der Vergangenheit die entsprechenden Nutzanwendungen gezogen. Statt der kleinen örtlichen Konsumgenossenschaften entstehen nun Genossenschaften der entsprechenden Betriebsgrösse in der Form von Gebietsgenossenschaften mit zugehörigen Abgabestellen. Nach dem letzten Ausweis bestehen in Wien 293 konsumgenossenschaftliche Abgabestellen, in Niederösterreich 266, im Burgenland 41, in Steiermark 223, in Kärnten 91, in Oberösterreich 173, in Salzburg 43, in Tirol 37, in Vorarlberg 93. Diese zusammen 1260 Abgabestellen gehören insgesamt 35 Gebietsgenossenschaften an, die einen Umsatz für das erste Halbjahr 1949 von über 297 Millionen Schilling getätigt haben. Durch den gemeinsamen Neuaufbau stehen die Konsumgenossenschaften im Vorzug eines einheitlichen modernen Rechnungswesens, das der rationellen Betriebsgestaltung besonders förderlich ist.

Auf dem *landwirtschaftlichen* Sektor sind allein 1767 Raiffeisenkassen als ländliche Geldeinzugsstellen und örtliche Kreditversorgung tätig. 193 Lagerhausgenossenschaften und 7 Viehverwertungsgenossenschaften sind im Ein- und Verkauf tätig. Von den Betriebsgenossenschaften sind allein 1247 Milchverwertungsgenossenschaften als Molkereien, Käsereien, Sennereien, Milchliefergenossenschaften und 144 sonstige Verwertungsgenossenschaften für Wein, Obst, Gemüse, Kartoffeln usw. tätig. Dazu kommen noch hunderte sonstiger Genossenschaften, so dass rund 4200 Genossenschaften auf dem Gebiete der Landwirtschaft tätig sind. In den rund 1800 Raiffeisenkassen sind 275 000 Mitglieder zusammengefasst, die allein 354 Millionen Schilling Einnahmen gebracht und bei rund 7,2 Millionen Schilling Geschäftsanteilen und 25 Millionen Schilling Reserven einen Jahresumsatz von 5 Milliarden Schilling im Jahre 1947 getätigt haben.

Die rund 150 im Oesterreichischen Verband gemeinnütziger *Bau-, Wohnungs- und Siedlungsvereinigungen* zusammengefassten Genossenschaften bedeuten eine ansehnliche Kraft in der österreichischen Wohnungswirtschaft, die dadurch zum Ausdruck kommt, dass einzelne Genossenschaften bis zu 2500 Wohnungen besitzen.

Besonders interessant sind die Probleme im *gewerblichen Genossenschaftswesen*, wo sowohl Kreditgenossenschaften als auch Warengenossenschaften aller Art zusammengefasst sind. Die Gruppe besteht aus 500 Unternehmungen, von denen rund 180 Kreditgenossenschaften, in der Hauptsache Volksbanken, sind, während der Rest sich auf Genossenschaften aller wirtschaftlichen Teilbereiche in der unterschiedlichsten Betriebsgrösse verteilt. Dem Oesterreichischen Genossenschaftsverband als Revisionsverband der gewerblichen Richtung gehören insbesondere an: 137 Volksbanken, 22 Haus- und Spezialgenossenschaften, 3 Bausparkassen, 1 Zentralgenossenschaftskasse, 20 kaufmännische Grosseinkaufsgenossenschaften, 48 Bezugs- und Absatzgenossenschaften, 55 Produktiv-, 16 Rohstoff-, 18 Landeslieferungs-, 22 Elektrizitäts- und 5 sonstige Genossenschaften; 82 Sozialgewerke. Als Geldausgleichsstelle der gewerblichen Kreditgenossenschaften wurde 1922 die Oesterreichische Zentralgenossenschaftskasse, r. G. m. b. H., als Dachorganisation gegründet. Die Warengenossenschaften haben für rund 50 000 Genossenschaftsmitglieder eine Gesamtbilanz von 179 Millionen Schilling ergeben.

Zentralverwaltung

Am 17. Mai 1950 konnte Herr Johann Karger, Commis in der Zentralbuchhaltung, sein 40jähriges Dienstjubiläum feiern.

Wir gratulieren herzlich und danken dem Jubilar für die langjährige treue Mitarbeit.

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Aargauischer Konsumverein in der Nähe von Zürich sucht auf 1. September 1950 (eventuell früher) für sein Hauptgeschäft eine **Verkäuferin** (bei Eignung als Leiterin) für Textilwaren, Mercerie und Schaufensterdekoration. Offerten mit Zeugniskopien, Photo und Saläransprüchen unter Chiffre R. B. 104 an die Kanzlei II. Departement V. S. K., Basel 2.

Wir suchen tüchtige branchenkundige **erste Verkäuferin** für unser Hauptgeschäft. Umsatz ca. 400 000 Franken. Nur wirklich tüchtige Verkäuferinnen mit Erfahrung wollen Offerte mit Zeugniskopien und Photo einreichen unter Chiffre L. U. 105 an die Kanzlei II. Departement V. S. K., Basel 2.

Angebot

Junge **Verkäuferin**, 20 Jahre alt (Welschschweizerin), die schon in Konsumgenossenschaft tätig war, sucht Stelle in Lebensmittel- oder Mercerieladen, um sich in der deutschen Sprache zu vervollkommnen. Fähigkeitsausweis und gute Referenzen zur Verfügung. Offerten erbeten an Mlle Claudine Grosbéty, rue Jeanneret 7, Le Locle.

Junges Ehepaar sucht per sofort Konsumladen zu übernehmen. Seminarausbildung mit Diplomabschluss. Offerten mit Lohnangaben und Eintrittstermin sind zu richten unter Chiffre F. E. 103 an die Kanzlei II. Departement V. S K., Basel 2.

INHALT:

WO ISST MAN GUT IN BASEL?

